

中国客车市场投资分析及未来五年盈利前景预测报告

报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国客车市场投资分析及未来五年盈利前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/215431215431.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

我国汽车工业经过四十多年的发展，已经成为支撑国民经济发展的支柱产业，汽车产量增长迅速。2009年我国汽车产销量均超过1,300万辆，首次超过美国成为世界第一大汽车产消国；2010年，在购置税优惠、以旧换新、汽车下乡、节能惠民产品补贴等多种鼓励消费政策叠加效应的作用下，我国汽车产销量突破1,800万辆；2013年实现汽车产量和销量2,211.68万辆和2,198.41万辆，连续五年保持世界首位，保持稳健增长态势；2014年我国汽车产量达到2372.29万量，销量为2349.19万量。

综合实力是判断汽车行业内公司是否具有未来重大投资价值的重要依据。根据轿车行业资金密集、技术密集等特性，我们将乘用车企业的综合实力划分为资金的充分积累、技术产品的储备、生产制造条件以及营销能力等四大要素，充分体现出公司在行业内的竞争能力。首先，在汽车特别是轿车消费向中高级产品消费趋势明显情况下，投资需求增大，要求公司具有较好的资金积累；其次，中、高级产品以及技术的储备是否充足，决定公司产品的竞争能力；另外，生产制造技术以及零部件供应体系是否完善决定产品的质量；最后，汽车中特别是乘用车作具有消费品的特性，公司营销能力的低劣决定产品的品牌的长期价值。

预计未来几年，我国汽车特别是轿车的价格将呈不断下降的趋势，除高档轿车外，其他车型价格基本与国际接轨。主要依据是：汽车生产能力的增长开始超过市场需求量的增长。自2002年以来，汽车市场的发展速度则远落后于汽车产能的增长速度，这意味着我国即将形成的大规模汽车生产能力将出现严重地相对过剩的局面。

汽车单位生产成本呈下降趋势。汽车工业是一个规模经济十分明显的行业，单位产品成本随生产规模增加而下降的趋势十分明显。

私人购车占据主导地位意味着市场对价格越来越敏感。私人购车已成为当今汽车市场消费的主流，这意味着一些价格居高不下，或者价格虚高的厂家，在市场的压力下不得不降低产品价格。

参考价值。

报告目录：

第一部分 国内外客车产业整体运行态势

第一章 2014年国内外汽车产业整体运行态势分析

第一节 2014年国际汽车工业运行简述

一、国外汽车产业利用外资模式的分析

二、国际汽车工业发展变化特征

三、金融危机对世界汽车产业发展的影响

四、世界各国政府汽车产业发展政策比较分析

五、中欧与东欧汽车工业的发展概况

第二节 近几年中国汽车产销数据同比分析

一、2010年国内汽车产销数据分析

二、2011年中国汽车产销分析

三、2012年中国汽车产销分析

四、2013年中国汽车产销分析

五、2014年中国汽车产销分析

第三节 2014年中国汽车工业发展现状

一、我国汽车市场发展趋好的主要依据

二、中国汽车出口形势不容乐观

第四节 2009-2014年中国汽车制造行业数据监测分析

一、2009-2014年中国汽车制造行业规模分析

二、2014年中国汽车制造行业结构分析

三、2009-2014年中国汽车制造行业产值分析

四、2009-2014年中国汽车制造行业成本费用分析

五、2009-2014年中国汽车制造行业盈利能力分析

第五节 2014年中国汽车行业发展的的问题

一、国外贸易保护政策阻碍我国汽车出口

二、中国汽车行业自身存在的缺陷

三、中国汽车工业面临人才紧缺难题

第六节 2014年促进中国汽车行业发展的对策

一、紧缩银根政策下汽车行业的应对之策

二、中国汽车产业应坚持走精益生产之路

三、中国汽车行业发展的战略对策

第七节 2014年国内兼并重组分析

一、国内整车企业联合与重组

二、零部件企业或项目联合与重组

三、汽车企业与相关领域联合或重组

四、国内企业联合重组发展趋势

第二章 2014年世界客车行业运行形势解析

第一节 2014年世界客车产业运行政策环境解析

一、世界客车安全法规特点分析

二、国外汽车型式认证制度

三、欧洲客车法规和标准

四、美国新客车气体排放标准

五、日本提高客车燃料效率

第二节 2014年世界客车产业运行总况

- 一、世界客车市场格局及产能分析
- 二、世界客车主要应用技术设备情况
- 三、世界客车业更注重节能与环保
- 四、世界客车技术应用情况
 - 1、大中型客车新技术应用
 - 2、国外客车安全技术浅析
 - 3、欧洲客车行业的技术创新
 - 4、欧洲大型客车安全性技术及应用状况
- 第三节 世界大中型客车市场发展预测分析
 - 一、公共交通将拉动客车需求上升
 - 二、世界大中型客车发展趋势
 - 三、全球客车市场将进一步扩大
- 第三章 2014年中国客车产业整体运行态势分析
 - 第一节 2014年中国客车行业亮点分析
 - 一、客车行业加速结构调整
 - 二、社会资本抄底客车市场
 - 三、混合动力客车产业化起步
 - 四、政策助力农村客车市场启动
 - 五、客车业主要区域市场发展特征
 - 六、技术水平及配套环境逐步升级
 - 第二节 2014年中国客车行业现状分析
 - 一、中国客车产业正在走向世界
 - 二、中国客车行业进入转型期
 - 三、外资介入中国客车领域
 - 四、“中国制造”获得全球客车行业瞩目
 - 五、中国本土客车企面临变革
 - 六、金融危机催生客车行业格局变动
 - 第三节 2014年中国客车国际化发展分析
 - 一、中国客车企业实施国际化战略的意义
 - 二、我国客车企业国际化取得明显成效
 - 三、我国客车安全标准国际化亟待推进
 - 四、中国客车国际化进程中面临的挑战
 - 五、中国客车开拓国际市场的对策
 - 六、中国自主品牌客车发展海外道路宽阔
 - 第四节 2014年中国客车市场品牌分析

- 一、中国客车产业品牌发展历程
 - 二、中国客车品牌发展解析
 - 三、客车企业发展中的品牌靶向力分析
 - 四、中国客车品牌建设的对策措施
 - 五、中国客车行业的品牌成长
- 第五节 2014年中国客车产业热点问题探讨

- 一、客车企业对标准法规反应迟钝
- 二、客车行业整合状况
- 三、缺乏市场主动权

第二部分 中国客车市场深度剖析

第四章 2008-2014年中国客车产业数据统计分析

第一节 2008-2014年中国大型客车（车长>10米）产量统计分析

- 一、2008-2014年全国大型客车（车长>10米）产量分析
- 二、2014年全国及主要企业大型客车（车长>10米）产量分析
- 三、2014年大型客车（车长>10米）产量集中度分析

第二节 2008-2014年中国中型客车（7米<车长）产量统计分析

- 一、2008-2014年全国中型客车（7米<车长）产量分析
- 二、2014年全国及主要企业中型客车（7米<车长）产量分析
- 三、2014年中型客车（7米<车长）产量集中度分析

第三节 2008-2014年中国轻型客车（车长 7米）产量统计分析

- 一、2008-2014年全国轻型客车（车长 7米）产量分析
- 二、2014年全国及主要企业轻型客车（车长 7米）产量分析
- 三、2014年轻型客车（车长 7米）产量集中度分析

第五章 2014年中国客车市场运行新形势分析

第一节 2014年中国客车市场现状综述

- 一、我国客车市场需求同比分析
- 二、中国客车业订单量统计分析
- 三、政策助力农村客车市场启动

第二节 2008-2014年中国客车销售数据分析

- 一、2008-2014年中国客车整车销售数据分析
- 二、2008-2014年中国客车地盘销售数据分析

第三节 2008-2014年中国客车按车型划分销售数据分析

- 一、2008-2014年中国大型客车销售情况分析
- 二、2008-2014年中国中型客车销售情况分析
- 三、2008-2014年中国轻型客车销售情况分析

第四节 2008-2014年中国客车销售对比分析

- 一、中国客车地区销售情况对比分析
- 二、中国客车销量前十企业统计

第五节 中国客车市场潜在情况预测

- 一、新能源客车
- 二、大容量公交车
- 三、农村市场

第六节 2014年中国客车市场价格分析

- 一、中国客车行业进入低利润时期
- 二、中国客车市场价格战的原因及特点
- 三、客车企业应关注非价格竞争

第七节 2014年中国客车市场营销分析

- 一、中国客车行业的营销环境
- 二、中国客车营销中存在的问题
- 三、客车营销中三种创新营销思路解析
- 四、中国客车营销模式需要理性思考
- 五、新形势下客车企业营销创新解析

第六章 近几年中国客车进出口数据监测

第一节 2014年中国客车进出口贸易综述

- 一、全球客车采购焦点锁定中国
- 二、中国客车企业积极开拓国际市场
- 三、我国客车出口面临的形势
- 四、影响中国进出口贸易的因素分析

第二节 2009-2014年中国30座及以上大型客车进出口数据统计情况（87021091）

- 一、30座及以上大型客车进出口数量分析
- 二、30座及以上大型客车进出口金额分析
- 三、30座及以上大型客车进出口国家及地区分析

第三节 2009-2014年中国20座 < 30柴油型客车进出口数据统计情况（87021092）

- 一、20座 < 30柴油型客车进出口数量分析
- 二、20座 < 30柴油型客车进出口金额分析
- 三、20座 < 30柴油型客车进出口国家及地区分析

第四节 2009-2014年中国10座 19柴油机客车进出口数据统计情况（87021093）

- 一、10座 19柴油机客车进出口数量分析
- 二、10座 19柴油机客车进出口金额分析
- 三、10座 19柴油机客车进出口国家及地区分析

第五节 2009-2014年中国其他10 座 19机动客车进出口数据统计情况 (87029030)

- 一、其他10 座 19机动客车进出口数量分析
- 二、其他10 座 19机动客车进出口金额分析
- 三、其他10 座 19机动客车进出口国家及地区分析

第三部分 中国客车细分市场分析

第七章 2014年中国大中型客车市场需求应用调研

第一节 2014年中国大中型客车市场综述

- 一、我国大中型客车市场调整步伐加快
- 二、2014年大中型客车市场发展形势
- 三、2014年大型客车主要品牌广告投放监测数据
- 四、“补涨”痕迹明显 大型客车收获意外之喜
- 五、我国大中型客车发展中面临的挑战

第二节 国内部分地区大中型客车销售状况

- 二、浙江
- 三、辽宁
- 四、四川
- 五、上海

第三节 大中型客车的设计造型及相关技术因素分析

- 一、国外大中型客车外形造型发展趋势
- 二、中国大中型客车外形造型的发展
- 三、大中型客车外饰品对车身造型的影响
- 四、大中型客车的安全性能设计

第四节 中国大中型客车出口情况分析与发展方向

- 一、近年我国大中型客车出口特点
- 二、我国大中型客车出口面临的问题
- 三、我国在世界客车格局中的地位及发展方向

第五节 大中型客车发展趋势及趋势分析

- 一、当前我国大中型客车行业发展形势展望
- 二、国内大中型客车市场的发展方向
- 三、大中型客车产业未来发展模式及特点
- 四、中国大型客车趋势预测看好

第八章 2014年中国公路客车市场深度聚焦

第一节 中国公路客车市场总体概况

- 一、公路客车产品优化分析
- 二、公路建设为给公路客车业发展提供机遇

三、中国公路客车行业发展壮大的基础

四、休假制度调整对公路客车市场的影响

五、我国公路客车行业面临的挑战

六、公路客车市场进一步扩张的对策措施

第二节 近几年中国公路客车市场分析

一、天然气客车进入国内公路客运市场分析

二、我国公路客车销量分析

三、促进中型公路客车发展的三大市场因素

四、中国公路客车市场营销策略分析

第三节 双层公路客车

一、我国双层客车市场发展现状

二、我国双层公路客车的政策环境

三、双层客车发展的主要制约因素

四、双层客车市场前景分析

五、国产双层公路客车的投资策略

第四节 中国公路客车发展趋势及趋势分析

一、公路客车产品趋向优化升级

二、公路客车市场前景依然广阔

三、高速客车市场潜力巨大

第九章 2014年中国城市客车市场透析

第一节 城市客车发展历程及特点

一、中国城市客车发展的三个阶段

二、城市客车发展特点解析

第二节 中国城市客车市场概况

一、中国城市客车需求不断上升

二、首部城市客车国家标准初步形成

三、促进我国城市客车市场发展的主要因素

四、新技术有力推动城市客车行业发展进步

五、我国城市公共交通发展存在的主要问题

六、我国城市客车发展面临的技术问题

第三节 城市公交客车

一、公交优先政策推动公交客车市场发展

二、我国公交客车行业进入快速发展期

三、2014年中国公交客车出口状况

四、2014年我国公交客车市场发展剖析

五、公交客车发展趋势及行业现状分析

六、安全性成公交客车需解决的首要问题

第四节 中国城市客车新产品透析

一、中国发展节能型城市客车

二、低地板城市客车起步

三、中国电动城市客车的开发

第五节 城市客车行业发展趋势及前景

一、我国城市客车行业投资预测

二、中国城市客车的现代化趋势

三、我国城市客车市场趋势预测广阔

四、城市公交客车市场将迎来跨越式发展

第十章 2014年中国旅游客车市场探析

第一节 中国旅游客车市场发展现状

一、中国旅游客车市场发展势头良好

二、我国旅游客车市场发展特点

三、海南旅游客车市场火热

四、中国旅游客车市场主流产品分析

五、“北汽模式”引领旅游客车购车时尚

六、旅游客车市场有望借火取暖

第二节 促进中国旅游客车行业发展的策略

一、加强国内重点区域市场运作

二、加强市场及产品的研究及规划

三、提高旅游客车产品的技术水平

四、加强宣传打造品牌竞争力

第三节 中国旅游客车前景趋势预测

一、旅游客车产品投资预测

二、景观车将成旅游成客车市场新热点

三、旅游客车市场前景广阔

第四部分 中国客车市场竞争格局分析

第十一章 2014年中国客车市场竞争格局分析

第一节 中国客车市场竞争格局

一、中国客车市场的竞争主体

二、中国客车市场竞争现状

三、中国客车行业进入利价比竞争时代

四、中国客车与国外客车存在的差异

五、国内车企竞相研发新能源客车

第二节 客车市场竞争要素分析

一、价格要素

二、降低油耗

三、客车业客户资源竞争

第三节 中国客车行业竞争策略

一、行业层次竞争策略

二、差异化策略提升客车行业竞争力

三、二线客车企业品牌竞争策略

四、公铁竞争背景下的客车行业应对策略

第四节 提升客车行业竞争力的建议

一、重视品牌建设

二、强化售后服务

三、培养核心竞争力

四、制造符合需求的产品

五、提升内在素质

第五节 中国客车市场竞争趋势

一、市场战略全面化

二、竞争市场细分化

三、经营决策科学化

四、管理观念前沿化

五、企业管理市场化

第十二章 中国重点客车企业竞争性财务数据分析

第一节 郑州宇通客车股份有限公司（600066）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 厦门金龙汽车集团股份有限公司（600686）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 中通客车控股股份有限公司（000957）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 安徽安凯汽车股份有限公司（000868）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五部分 中国客车前景分析

第十三章 中国客车相关联产业运行分析

第一节 公路交通业

一、我国公路运输业发展概况

二、燃油税费改革给公路运输业带来发展机遇

三、国家政策支持公路行业投资建设

四、未来我国公路建设将保持稳步发展态势

第二节 钢铁产业

一、全球钢铁工业受到冲击

二、我国钢铁行业运行分析

三、中国钢铁工业发展简述

四、金融危机下中国钢铁业面临的机遇与挑战

五、我国钢铁工业存在的问题及投资策略

第三节 石化产业

一、我国石油化学行业总体运行状况

二、国内石化行业运行态势

三、金融危机对国内石化行业的影响

四、扩大内需市场使化工行业受益

五、石化产业调整和振兴规划

第四节 汽车零部件

- 一、中国汽车零部件产业发展分析
- 二、国内汽车零部件企业业绩回升
- 三、我国汽车零部件进口税率调整
- 四、制约中国汽车零部件工业发展的主要因素
- 五、我国汽车零部件工业的定位及发展趋势

第十四章 中国客车市场前景趋势分析

第一节 中国汽车工业趋势预测及预测

- 一、中国汽车制造行业预测分析
- 二、我国汽车行业“十二五”规划主要看点
- 三、未来中国汽车产业的发展方向
- 四、中国汽车工业的总体发展趋势
- 五、绿色制造是中国汽车产业发展新方向

第二节 中国客车市场发展趋势分析

- 一、客车行业将进行新一轮调整
- 二、客车企业发展趋势
- 三、出口成为客车业发展趋势
- 四、中国客车行业产品技术发展趋势分析
- 五、客车底盘行业发展大有空间

第三节 中国客车行业发展方向分析

- 一、发展以人为本的客车产品
- 二、建设节能环保的客车产业
- 三、构建经营环境和谐客车产业链

第四节 中国客车行业市场趋势分析分析

- 一、中国客车产销预测分析
- 二、中国客车进出口贸易预测分析
- 三、中国客车行业市场盈利预测分析

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/215431215431.html>